

Nieuw samenwerkingsverband toerisme: Holland boven Amsterdam

30-10-2015 09:59

Op 28 oktober presenteerden de samenwerkende toeristische partners in Noord-Holland Noord hun initiatief om onder de vlag 'Holland boven Amsterdam' extra inspanningen te doen om zo meer bezoekers te gaan ontvangen, de komende jaren. De activiteiten richten zich op promotie van het gebied. [Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord](#) houdt zich (al langere tijd) actief bezig met productontwikkeling.

[gallery link='file' ids="39209,39210,39211"] De nieuwe Destinatie Marketing Organisatie (DMO) is opgezet op basis van het advies die door kwartiermaker Marianne Klein is opgesteld. Het gezamenlijke initiatief wordt gesteund door onder meer de provincie Noord-Holland, de VVV's in de regio, ondernemers vertegenwoordigd door onder andere Koninklijke Horeca Nederland, Recron, Stichting VrijetijdsIndustrie, Kamer van Koophandel Noordwest-Holland, gemeenten in Noord-Holland Noord en het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord. In het advies worden duidelijk keuzes gemaakt, w.o.:

- Het VVV merk blijft bestaan, maar er wordt wel een efficiëncyslag gemaakt in de VVV organisatie. Dat betekent o.a. stroomlijnen en samenvoegen van activiteiten. - De focus wordt verlegd van lokaal gastheerschap naar destiniatiemarketing. Dat vraagt om een bredere visie van de partijen die lokaal betrokken zijn bij de nieuwe organisatie. - Er blijft een relatie met de marketing van Amsterdam. Noord Holland boven Amsterdam kiest daarbij wel voor een eigen doelgroep en profiel waarin verblijf in Noord-Holland centraal staat en een bezoek aan Amsterdam tot het programma behoort. Amsterdam Marketing probeert juist toeristen die in Amsterdam verblijven te verleiden om een dagje naar 'het ommeland' te gaan.

Odile Rasch, wethouder in de gemeente Bergen is één van de wethouders die zich actief inzetten om krachten te gaan bundelen: 'Het is nodig dat we ons als regio sterker zichtbaar maken voor bezoekers. Nu is het aanbod van onze regio niet gebundeld, werken we met bijvoorbeeld verschillende databases, kennen de reisorganisaties ons onvoldoende en weten congres- en vergaderplanners ons nog te weinig te vinden. Het is te kostbaar om als gemeenten allemaal zelf een marketingaanpak op te tuigen, en daarbij laat de bezoeker zich helemaal niet leiden door gemeentegrenzen. We moeten bundelen, opschalen en aan de slag als gebied. Er is ook noodzaak toe, onderzoeken wijzen uit dat de economische toeristische resultaten onder druk staan. De werkgelegenheid is bijvoorbeeld onder de maat, het aantal bezoekers aan ons mooie gebied stijgt te langzaam. Dit moet veranderen, en dat lukt alleen als we gaan samenwerken.' Jos Jansen is ondernemer, directeur van Strandhotel Struin-Camperduin en lid van de Stichting VrijetijdsIndustrie. Deze stichting strijdt al langer om bundeling van toeristische krachten. Jansen bevestigt de noodzaak om te gaan samenwerken: ' Al jaren lang krijg ik van allerlei toeristische organisaties aparte aanbiedingen om mee te doen in campagnes. Als ondernemer zie je door de bomen het bos niet meer. Daarbij werd duidelijk dat deze organisaties niet met elkaar samenwerken. Het is niet meer van deze tijd om allemaal apart te blijven werken. Andere regio's hebben zich allang gebundeld, en weten de strijd om de toeristen al goed samen aan te gaan. Onze regio kan niet achterblijven, zeker niet als je ziet welke prachtige kansen er liggen om meer bezoekers te gaan ontvangen in de komende jaren'. Via een gezamenlijk partnerplan wordt Holland boven Amsterdam in 2016 op de kaart gezet. Participatie aan deze activiteiten is mogelijk voor alle bedrijven en gemeenten in de regio Noord-Holland Noord. De provincie heeft zichzelf als partner van de DMO aangemeld. Meer informatie en het [partnerplan](#) is te verkrijgen via: info@hollandbovenamsterdam.com. Meer informatie: www.hollandbovenamsterdam.com

Redactie